# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,HARGA DAN SISTEM PEMBAYARAN KREDIT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KACAMATA DI OPTIK BERKAH KLATEN

# SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Peminatan:

Manajemen Pemasaran



Diajukan oleh:

EKA UMI PRATIWI NIM 1821100008

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN Juni 2022

# HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,HARGA DAN SISTEM PEMBAYARAN KREDIT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KACAMATA DI OPTIK BERKAH KLATEN

# Diajukan Oleh:

# **EKA UMI PRATIWI**

NIM. 1821100008

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Dewan penguji skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Dharma Klaten pada tanggal 16 Juni 2022

Pembimbing utama

Pembimbing pendamping

Sarwone Nursito, SE., M.Sc.

NIP. 19761215 200501 1 001

H.Arif Julianto SN SE, M.Si

NIK. 690 301 250

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Abdul Haris, S.E, M.M, M.Pd.

NIK. 690 098 194

# HALAMAN PENGESAHAN ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,HARGA DAN SISTEM PEMBAYARAN KREDIT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KACAMATA DI OPTIK BERKAH KLATEN

Diajukan Oleh:

### EKA UMI PRATIWI

# NIM. 1821100008

Telah dipertahankan dan disetujui oleh dewan Dewan penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima untuk memenuhi Sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc

Ketua

NIK. 690 208 290

Sekretaris

Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd

NIK. 690 098 194

Penguji, Utama

Sarwone Nursito, SE., M.Sc

NIP. 19761215 200501 1 001

Penguji Pendamping

H.Arif Juliante SN, SE, M.S.

NIK. 690 301 250

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc

ATENION NIK. 690 208 290

# PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama

: Eka Umi Pratiwi

NIM

: 1821100008

Jurusan

: Manajemen Ekonomi

Fakultas

: Universitas Widya Dharma

Judul

:Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Sistem

Pembayaran Kredit Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata di

Optik Berkah Klaten

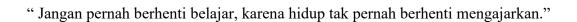
Dengan ini menyatakan yang sebenarnya bahwa skripsi ini dengan judul di atas merupakan hasil karya sendiri bukan karya orang lain atau plagiasme dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima konsekuensi atas perbuatan yang saya lakukan.

Klaten, 17 Juni 2022

7F819AJX892492135 Eka Umi Pratiwi

# **MOTTO**



"Jangan pernah kamu menyia-nyiakan kepercayaan orang lain karena kepercayaan sangat mahal harganya. Kepercayaan tidak akan kembali padamu jika kamu tidak menghargai seberapa pentingnya sebuah kepercayaan."

" Sebaik-baik manusia diantaramu adalah yang paling banyak manfaatnya bagi orang lain." (H.R. Bukhari)

"Cinta seorang ibu itu menenangkan dan cinta seorang ayah itu menguatkan."

# HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat,hidayah dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahan kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam. Semoga kita diistiqomahkan dalam menjalankan sunah-sunah beliau. Aamiin.

Penulis Persembahkan Skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa mendukung,membantu dan mendoakan dalam proses meraih gelar Sarjana Manajemen, diantaranya:

- Untuk (Alm) Ibu Sumini selaku orang tua saya yang wafat ketika saya semester 6, Semoga beliau bangga dan bahagia dengan perjuangan anaknya.
- 2. Untuk Bapak saya, Bapak Sugi Purwanto yang selama ini selalu memberi motivasi, dukungan do'a secara lahir & batin. Engkau mampu menjadi orang tua tunggal. Terimakasih Bapak
- 3. Untuk Adik saya Saifullah Azis Dwi Hidayat yang sering membantu dalam segala hal.
- 4. Untuk keluarga besar saya yang selalu memberikan motivasi dan semangat

- Untuk calon suami saya, Mas Ardi Radityo terimakasih atas dukungan, kasih sayang serta rasa sabar menunggu saya dari masuk kuliah sampai saya sarjana
- Untuk teman- teman Seperjuangan kelas malam di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2018.
- 7. Segenap dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu dalam pendidikan penulis sejauh ini dan dengan sabarnya dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi. Semoga ilmu yang telah diajarkan bisa bermanfaat untuk kemudian hari.
- 8. Bapak Prima dan teman- teman Berkah Optik yang telah memberikan izin melakukan penelitian dan membantu dalam proses pengambilan data.
- 9. Pihak pihak lain yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu.

# **KATA PENGANTAR**

## Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbi'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat,hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Sistem Pembayaran Kredit Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata di Optik Berkah" dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan bagi semua umat, yang kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat kelak dan semoga kita diistiqomahkan menjalankan sunah-sunah beliau.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyadari bahwa dengan kemampuan yang terbatas, baik pengalaman maupun pengetahuan yang dimiliki, sehingga skripsi ini masih dikatakan belum sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak.

Skripsi ini tersusun hanya dengan kemampuan penulis semata, akan tetapi penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam penyelesaiannya. Atas semua kontribusi tersebut, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- 1. Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang dikaruniakan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
- 2. Prof. Dr. H.Triyono,M.Pd, selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
- Prof.Dr. Sutrisno Badri, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
- 4. H.Abdul Haris, S.E.,M.M.,M.Pd selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten .
- 5. Sarwono Nursito, S.E.M.Sc, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan dan arahan dalam penyusunan ini.
- 6. H.Arif Julianto, SN.S.E., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan,bimbingan, dan arahan dalam penyusunan ini.
- 7. Jarot Prasetyo, SE.,M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama penulis menjalankan empat tahun pendidikan.
- Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan banyak ilmu dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan.
- Bapak Prima Putra Hariwibowo Pemimpin serta Pemilik Optik Berkah Klaten yang telah memeberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian,

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak – pihak terkait yang dengan ikhlas memberikan do'a, semangat, bantuan dan bimbingan. Meskipun masih jauh dari kata sempurna, diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Klaten,.....Juni 2022

Penyusun

Eka Umi Pratiwi

# **DAFTAR ISI**

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 Alasan Pemilihan Judul	7
1.2.1 Alasan Obyektif	7
1.2.2 Alasan Subyektif	7
1.3 Penegasan Judul	8
1.3.1 Kualitas Produk	8
1.3.2 Harga	8
1.3.3 Sistem Pembayaran Kredit	9
1 3 4 Keputusan Pembelian	9

1.4 RUMUSAN MASALAH	9
1.5 TUJUAN PENELITIAN	10
1.6 MANFAAT PENELITIAN	10
1.6.1 Bagi Peneliti	10
1.6.2. Bagi Perusahaan Kacamata	11
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pemasaran	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Konsep inti pelanggan dalam pasar yaitu :	15
2.1.3 Konsep Merancang strategi pemasaran :	16
2. 2 Kualitas Produk	17
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	17
2.3. Harga	19
2.3.1 Pengertian Harga	19
2.3.2 Faktor – faktor yang harus dipertimbangkan dalam penetapan harg	a: 20
2.4 Sistem pembayaran Kredit	21
2.4.1 Pengertian Kredit	21
2.4.2 Prinsip Pelaksanaan Kredit	21
2.4.3 Jenis – jenis kredit :	22
2.5 Keputusan Pembelian	23
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.5.2 Proses Pengambilan Keputusan	25
2.6 Penelitian Terdahulu	29

	2.7 Kerangka Penelitian	. 30
	2.8 HIPOTESIS PENELITIAN	. 31
В	AB III	. 33
N	METODE PENELITIAN	. 33
	3.1 Jenis Penelitian	. 33
	3.2 Lokasi Penelitian	. 33
	3.3 Populasi dan Sampel	. 33
	3.4 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	. 34
	3.4.1Variabel Bebas ( independent variable )	. 35
	3.4.2 Variabel Terikat ( dependent variable )	. 40
	3.5 Sumber Data	. 40
	3.5.1 Data primer	. 40
	3.5.2 Data sekunder	. 41
	3.6 Metode Pengumpulan Data	. 41
	3.6.1Kuesioner	. 41
	3.6.2 Interview	. 41
	3.7. Teknik Analisis Data	. 42
	3.7.1 Data Kualitatif	. 42
	3.7.2 Data Kuantitatif	. 42
	3.8 Metode Analisis Data	. 47
В	AB IV	. 48
Н	IASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	. 48
	4.1. Gambaran Umum Optik Berkah Klaten	. 48
	4.1.1 Identitas Optik Berkah Klaten	. 48
	4.1.2 Deskripsi Optik Berkah Klaten	. 48

4.1.3 Struktur Organisasi Optik Berkah Klaten
4.2 Analisis Deskriptif
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden
4.3 Analisis Data
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian
4.3.2 Analisis Regresi Berganda 62
4.3.3 Uji Hipotesis
4.3.4 Uji koefisien Determinasi (R2)
4.4 Pembahasan 68
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian
4.4.3 Pengaruh Sistem Pembayaran Kredit Terhadap Keputusan Pembelian 71
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Sistem Pembayaran Kredit terhadap
Keputusan Pembelian
BAB V74
SIMPULAN DAN SARAN74
5.1 Simpulan
5.2 Saran
5.2.1 Bagi Optik Berkah Klaten
5.2.2 Bagi Peneliti Selaniutnya

# **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1Penelitian Terdahulu	29
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	57
Tabel 4. 8Hasil Uji Validitas Variabel Harga	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Sistem Pembayaran Kredit (X <sub>3</sub> )	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas	61
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67

# **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1Kerangka Penelitian	31
Gambar 4. 1Struktur Organisasi	49

# **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Hasil Analisis Deskriptif Identifikasi Responden

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Realibilitas

Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linier Beganda, Uji Hipotesis, Uji Koefisien

Determinasi

Lampiran 7 : Distribusi r Tabel

Lampiran 8 : Distribusi F Tabel

Lampiran 9 : Distribusi t Tabel

# **ABSTRAK**

Eka Umi Pratiwi, 1821100008. Skripsi. Program Studi Manajemen. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Sistem Pembayaran Kredit Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata Di Optik Berkah.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk,harga dan sistem pembayaran kredit terhadap keputusan pembelian kacamata di optik berkah secara parsial maupun simultan. Sampel dalam penelitian ini adalah semua konsumen Optik Berkah sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada responden. Dan data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 25. Analisis ini meliputi Analisis deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan sistem pembayaran kredit secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Berkah. Variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh vaiabel kualitas produk, harga dan sistem pembayaran kredit sebesar 57,5%, sedangkan sisanya yaitu 42,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam Penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Sistem Pembayaran Kredit dan KeputusanPembelian

# **BAB I**

### PENDAHULUAN

#### 1.1 LATAR BELAKANG

Di Negara Indonesia saat ini teknologi berkembang sangat pesat salah satunya yaitu perkembangan *gadget* dan komputer desktop. *Gadget* dan komputer desktop merupakan salah satu teknologi yang hampir semua orang memiliki lebih khususnya adalah *gadget*, *gadget* dan komputer desktop saat pandemi seperti ini sangat dibutuhkan oleh para pelajar dan orang – orang kantoran. Kehadiran teknologi informasi telah membawa perubahan terhadap kehidupan manusia, terutama pada aspek perilaku, yang di mana kegiatan-kegiatan manusia semakin dipermudah. Kegiatan tersebut diantaranya adalah penyampaian pesan atau menyelesaikan suatu pekerjaan dalam tempat yang berjauhan dan penyampaian informasi yang cepat dan *up date*.

Pandemi Covid 19 ini sangat berpengaruh terhadap kesehatan mata, karena hampir semua pekerjaan,pendidikan dan bisnis dilakukan di dalam rumah. hal ini sangat berbahaya terhadap penglihatan, terutama anak- anak sekolah dan para pekerja kantoran. Mereka harus sekolah dan bekerja lewat layar monitor/ gadget selama kurang lebih 6 jam dalam sehari . Padahal waktu ideal anak anak menggunakan gadget adalah 1-2 jam perhari. Sermakin sering dan lama seseorang menggunakan gadget dan komputer desktop secara langsung yang mengakibatan terkena paparan radiasi dari layar tersebut, maka akan semakin berpengaruh terhadap penglihatan seseorang.

Berkurangnya penglihatan atau mata minus sangat mempengaruhi penglihatan. Kejernihan penglihatan biasanya disebut visus. Jika ketajaman menurun, penglihatan menjadi kabur. Ketajaman penglihatan seseorang biasanya di ukur dengan skala yang membandingkan penglihatan pada jarak 6 meter. Semakin sering gadget di produksi dengan layar lebih cerah serta digunakan setiap hari khususnya pada malam hari, maka akan semakin banyak yang mengalami mata minus. Menggunakan gadget dalam posisi tidur dan keadaan gelap juga dapat menyebabkan penurunan penglihatan. Peningkatan penggunaan gadget di era sekarang ini menimbulkan banyak kekhawatiran masyarakat tentang efek negative radiasi sinar gadget terhadap kesehatan salah satunya fungsi penglihatan (Chtisto F.N. Bawelle, 2016).

Perkembangan dunia usaha yang pesat mengakibatkan banyak produk atau jasa bermunculan serta menawarkan berbagai kelebihan di setiap produknya. Dampaknya membuat pelanggan mempunyai banyak opsi dalam mengambil keputusan pembelian produk. Namun untuk produsen, ini merupakan satu ancaman, Mengapa bisa di katakana ancaman ? karena ketika semakin banyak produk atau jasa yang di tawarkan ke pelanggan maka semakin tinggi pula persaingan yang terjadi di dunia bisnis. Maka agar dapat lebih maju suatu perusahaan di tuntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kacamata adalah alat bantu untuk memperbaiki tajam penglihatan dengan ukuran lensa tertentu yang di pasang di depan mata. Kacamata berfungsi untuk

membantu mata mencapai penglihatan normalnya. Berkurangnya fungsi mata dapat mengganggu aktifitas sehari-hari dan membuat kualitas hidup berkurang. Apabila kita berkendara dalam kondisi mata minus tanpa menggunakan kacamata, akan membahayakan keselamatan kita dan orang lain ketika berkendara. Melihat dengan kondisi mata minus tanpa menggunakan kacamata juga bisa membuat mata kita menjadi tegang karena dipaksakan untuk melihat atau memfokuskan objek. Kondisi ini juga dapat menimbulkan mata memerah, perih dan sakit kepala. Pada saat ini kacamata tidak hanya digunakan untuk menyelesaikan permasalahan atau kesehatan mata. Kacamata pada saat ini sudah bergerak ke bidang *fashion*, hal tersebut biasa di gunakan oleh artis-artis yang menjadi model sering memakai kacamata hanya untuk sekedar gaya, sehingga pada saat ini kacamata sudah banyak memiliki model-model yang menarik serta nyaman untuk dipakai. Di Optik Berkah menyediakan kacamata dari berbagai bentuk sesuai kebutuhan. Ada kacamata untuk mata minus, kacamata untuk antiradiasi, kacamata untuk *fashion* sehingga konsumen bebas memilih kacamata mana yang mereka butuhkan.

Kualitas produk merupakan Nilai pada produk untuk memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukan pada atribut atau sifatsifat yang terdapat dalam produk tersebut. Kualitas di Optik Berkah sangat terjamin karena menyediakan bingkai kacamata dari merek ternama di dunia yang terkenal dan tidak diragukan lagi kualitasnya.

Bingkai kacamata merupakan bagian penting dalam menentukan berkualitas atau tidaknya sebuah kacamata. Semakin tinggi tingkat kualitas maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Menurut (Kotler: 2015)

kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dampak dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali.

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Secara garis besar Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh seorang pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dan rasa memiliki suatu produk atau jasa. Elemen terpenting dalam menghasilkan pendapatan adalah harga, semua elemen lainnya melambangkan biaya. Harga dapat berubah dengan cepat serta harga menjadi faktor utama pembeli dalam mempengaruhi pilihan sehingga manajer harus mampu menetapkan harga agar dapat bersaing di pasar. Penetapan harga adalah permasalahan pertama yang dihadapi banyak perusahaan pemasaran, banyak perusahaan belum bisa menangani penetapan harga dengan baik. Salah satu contohnya adalah suatu perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan daripada meyakinkan pembeli bahwa produknya bernilai tinggi. Kesalahan umum lainnya termasuk penetapan harga yang terlalu berorientasi pada biaya daripada berorientasi pada nilai bagi pelanggan, serta penetapan harga yang tidak memasukkan bagian lain dalam bauran pemasaran ke dalam perhitunggannya sehingga bisa berakibat perusahaan rugi.

Kredit berasal dari bahasa latin *credere* yang berarti percaya, kredit merupakan perjanjian pinjam- meminjam uang antara bank sebagai kreditur dengan nasabah sebagai debitur. Dalam perjanjian ini bank sebagai kredit percaya terhadap nasabahnya dalam jangka waktu yang telah disepakati bersama untuk membayar

secara lunas. Sedangkan di Optik Berkah kredit disini berarti perjanjian untuk jual beli kacamata yang dibayar secara berangsur – angsur dan telah disepakati bersama .Sistem pembayaran kredit Saat pandemi covid 19 sangat banyak diminati oleh konsumen , karena banyak konsumen yang membutuhkan kacamata tetapi mereka juga terbentur dengan keadaan ekonomi, maka dengan adanya cara pembayaran dengan sistem kredit sebulan sekali sangat meringankan dan membantu masyarakat agar mata mereka terlindungi dari paparan radiasi.

Sistem pembayaran kredit ini tidak menggunakan bunga perbulannya. Dari kesepakatan harga pertama dibagi dalam 3 bulan atau sampai 5 bulan tergantung dari harga kacamata yang di pilih konsumen, semakin mahal harga kacamata yang di pilih konsumen maka semakin lama juga jangka waktu pembayaran kacamata. Selain bisa di angsur setiap bulannya, setiap pembayaran angsuran perbulan akan ada servis gratis, jadi konsumen merasa puas dengan pelayanannya Dengan tersedianya jenis bingkai kacamata dari beberapa merek terkenal, garansi servis setiap bulan secara gratis dan harga yang ramah di kantong serta sistem pembayaran kredit memudahkan masyarakat untuk memiliki kacamata yang berbasis Optik, karena dampak dari pandemi ini banyak sebagian orang yang melakukan aktivitasnya di depan layar baik itu layar komputer maupun layar *handpone*.

Dengan demikian agar bisa mencapai keputusan pembelian yang baik, maka perlu di ketahui apa saja yang harus di tawarkan kepada kosumen. Salah satu variabel yang sering ditemukan berhubungan dengan kualitas produk, harga dan sistem pembayaran kredit adalah keputusan pembelian. Oleh karena itu peneliti menggunakan keputusan pembelian menjadi salah satu variabel terikat. Dalam hal

ini di jelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel lain ( variabel bebas ). Adapun variabel bebas disini adalah kualitas produk, harga , dan sistem pembayaran kredit. Peneliti ingin menguji sejauh manakah peran kualitas produk,harga dan sistem pembayaran kredit dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Maka dari itu peneliti tertarik untuk dapat melakukan penelitian tentang pengaruhi kualitas produk , harga dan sistem pembayaran kredit terhadap keputusan pembelian dengan judul " ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,HARGA DAN SISTEM PEMBAYARAN KREDIT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KACAMATA DI OPTIK BERKAH ".

# 1.2 Alasan Pemilihan Judul

Pemilihan judul yang diangkat penulis seperti yang tercantum dalam skripsi ini di dasari oleh alasan:

# 1.2.1 Alasan Obyektif

- a. Menambahkan pengetahuan dasar penulis tentang kacamata baca,
   kacamata minus dan jenis- jenis lensa yang digunakan.
- b. Mengetahui betapa pentingnya kacamata untuk membantu penglihatan bagi seseorang yang membutuhkan tetapi terhalang oleh biaya
- c. Sesuai dengan ilmu yang dipelajari penulis mengenai teori pemasaran sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas,Harga dan Sistem Pembayaran Kredit Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata di Optik Berkah

# 1.2.2 Alasan Subyektif

- a. Menambahkan pengetahuan penulis tentang memebeli suatu produk dengan mempertimbangkan kualitas,harga dan sistem pembayaran yang ada di perusahaan tersebut.
- b. Penulis Optimis penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu karena penelitian ini di dukung tersedianya data data dari berbagai literature yang dibutuhkan yang digunakan penulis sebagai referensi.

# 1.3 Penegasan Judul

Untuk menghindari adanya perbedaan persepsi atau salah pengertian dalam memahami judul skripsi. Maka berikut ini disampaikan penegasan judul yang terdapat pada judul penelitian ini.

# 1.3.1 Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat ( kotler,2022: 4) Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Kualitas produk adalah hal utama yang perlu di perhatikan dari suatu perusahaan atau produsen, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen,itu merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kualitas produk sangat berpengaruh pada produk tersebut bisa tahan lama atau tidak, produk tersebut dapat dipercaya atau tidak serta ketepatan produk.

# **1.3.2** Harga

Harga adalah hal yang sangat penting dalam pembelian baik barang dan jasa. Harga merupakan suatu elemen yang sangat penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan dalam perusahaan. Sedangkan jika dilihat dari sudut pandang pemasaran, harga yaitu satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar

memperolah hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa Tjiptono (2008).

# 1.3.3 Sistem Pembayaran Kredit

Kredit adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan janji pembayaran yang akan dilakukan atau ditangguhkan pada jangka waktu yang telah di sepakati bersama.

# 1.3.4 Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan suatu masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan produk yang di anggap sebagai tindakan paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Perilaku keputusan membeli biasanya dilakukan secara rutin atau bisa di artikan pelanggan merasa puas dengan di buktikan melalui pembelian ulang suatu produk yang sama. Namun apabila terjadi perubahan (harga, produk, layanan), maka pelanggan akan mengulang kembali proses keputusan .

### 1.4 RUMUSAN MASALAH

- 1. Bagaimana pengaruh kualitas kacamata terhadap keputusan pembelian di Optik Berkah ?
- 2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Berkah ?
- 3. Bagaimana pengaruh sistem pembayaran kredit terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Berkah ?

4. Bagaimana pengaruh kualitas,harga,dan sistem pembayaran kredit secara simultan terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Berkah?

### 1.5 TUJUAN PENELITIAN

- Untuk menguji pengaruh kualitas kacamata terhadap keputusan pembelian di Optik Berkah.
- 2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Berkah.
- 3. Untuk menguji pengaruh sistem pembayaran kreditan terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Berkah.
- 4. Untuk menguji pengaruh kualitas produk,harga dan sistem pembayaran kredit secara simultan terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Berkah.

# 1.6 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian adalah

# 1.6.1 Bagi Peneliti

- Dapat menambah pengetahuan dan wawasan pengembangan tentang optik.
- Dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh dalam perkuliahan pada laporan penelitian sesuai dengan keadaan lapangan

# 1.6.2. Bagi Perusahaan Kacamata

- Mengklasifikasikan konsumen berdasarkan jenis lensa kacamata.
- Dapat menjadi acuan Optik Berkah dalam meningkatkan strategi penjualan kacamata.

### 1.7 Sistematika Penulisan

# BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, alasan pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

# BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori- teori
yang digunakan dalam
penelitian,penelitian
terdahulu,kerangka penelitian dan
hipotesis penelitian

# BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian,lokasi penelitian,populasi

dan sampel,jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data,sampel penelitian,variabel penelitian,uji instrument data dan teknik analisa data.

# **BAB IV**

# HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan tentang hasil penelitian yang dilengkapi table memaparkan hasil pengolahan data.

# **BAB V**

# SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian dan saran – saran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yang diteliti.

# **BAB V**

# SIMPULAN DAN SARAN

# 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Sistem Pembayaran Kredit terhadap Keputusan Pembelian kacamata di Optik Berkah Klaten dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1. Berdasarkan Identifikasi responden dapat disimpukan bahwa sebagian besar responden penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 83 orang (83%) dari total responden, sebagian besar berusia 21 30 tahun sebanyak 63 orang (63%) dengan Mayoritas tingkat pendidikan SMA sebanyak 68 orang (68%) bekerja sebagai Karyawan sebanyak 44 orang(44%) dengan pendapatan perbulan Rp.1.000.000 Rp.2.000.000 sebanyak 29 orang (29%).
- 2. Berdasarkan uji validitas dapat disimpukan bahwa semua item pernyataan dari kuesioner penelitian variabel Kualitas Produk  $(X_1)$ , Harga  $(X_2)$  Sistem Pembayaran Kredit  $(X_3)$  dan Keputusan Pembelian(Y) dinyatakan Valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,250).
- 3. Berdasarkan uji reabilitas dapat disimpulkan bahwa setiap pernyatan dari kuesioner variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) Harga (X<sub>2</sub>) Sistem Pembayaran Kredit (X<sub>3</sub>) dan Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan *Cronbach's Alpha* > 0,60 yang berarti semua pernyataan dari kuesioner penelitian variabel tersebut dinyatakan reliabel.

- 4. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu Y= 2,389 + 0,370 X<sub>1</sub> + 0,599 X<sub>2</sub> + 0,295 X<sub>3</sub> + e. Menunjukkan bahwa konstanta 2,389 berarti adanya Variabel Kualitas Produk ( X<sub>1</sub>) Harga ( X<sub>2</sub>) dan Sistem Pembayaran Kredit (X<sub>3</sub>) akan mengalami peningkatan Keputusan Pembelian sebesar 2,389.
- 5. Berdasarkan hasil uji t untuk Variabel Kualitas Produk diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,286 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 karena  $t_{hitung}$  3,286 >  $t_{tabel}$  1,985 dan nilai signifikansinya 0,001 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga dalam penelitian ini  $H_1$  yang berbunyi ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian diterima.
- 6. Berdasarkan hasil uji t untuk Variabel Harga diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 4,504 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 karena t<sub>hitung</sub> 4,504> t<sub>tabel</sub> 1,985 dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga dalam penelitian ini H<sub>2</sub> yang berbunyi ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian diterima.
- 7. Berdasarkan hasil uji t untuk Variabel Sistem Pembayaran Kredit diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 2,222 dan nilai signifikansi sebesar 0,029 karena t<sub>hitung</sub> 2,222> t<sub>tabel</sub> 1,985 dan nilai signifikansinya 0,029 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Sistem Pembayaan Kredit berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian,

- sehingga dalam penelitian ini H<sub>3</sub> yang berbunyi ada pengaruh Sistem Pembayaran Kredit terhadap Keputusan Pembelian diterima.
- 8. Berdasarkan hasil uji F diperoleh F<sub>hitung</sub> sebesar 45,604 dengan signifikansi sebesar 0,000 hal ini membuktikan bahwa F<sub>hitung</sub> 45,604 > F<sub>tabel</sub> 2,70 , sedangkan taraf signifikansinya 0,000 < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Sistem Pembayaran Kredit secara simultan atau bersama –sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan H<sub>4</sub> yang diajukan dalam penelitian ini diterima.
- 9. Berdasarkan data yang telah diolah, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar = 0,575 atau 57,5%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar persantase pengaruh Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) Harga (X<sub>2</sub>) dan Sistem Pembayaran Kredit (X<sub>3</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan besarnya pengaruh independen terhadap varibel dependen dalam penelitian ini adalah 57,5% sedangkan sisanya yaitu 42,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimaksudkan dalam model penelitian ini.
- 10. Harga menjadi Variabel paling tinggi dikarenakan banyak Optik di Klaten yang menggunakan sistem kredit tetapi menjual dengan harga tinggi sekali, di Optik Berkah memberikan harga yang sesuai dengan kualitas dan kantong pembeli, jadi pembeli bebas mau memilih dengan harga yang murah atau mahal sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen.

### 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada Optik Berkah adalah :

# 5.2.1 Bagi Optik Berkah Klaten

- 1. Dari segi Kualitas Produk, Perusahaan harus mampu memberikan kualitas kacamata dan lensa yang terbaik & bagus agar Keputusan Pembelian meningkat. Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Usaha yang harus dilakukan seperti selalu mengecek kondisi kacamata yang akan dijual, Menyesuaikan jenis lensa yang konsumen inginkan. Apabila konsumen mempunyai alergi terhadap jenis kacamata yang akan digunakan konsumen maka disampaikan dari awal agar konsumen bisa memiih mana yang terbaik menurut dia dan tidak ada rasa kecewa terhadap Kualitas Produk.
- 2. Dari segi Harga, berdasarkan tanggapan responden harga sesuai dengan kualitas, disini peran sales sangat penting dlam menyampaikan kepada konsumen mengenai kesesuain harga. Karena ini faktor dalam Keputusan Pembelian. Terkadang konsumen tidak faham mengenai jenis kacamata dan lensa sesuai harganya, ada beberapa konsumen yang menginginkan harga murah tetapi ingin mempunyai Jenis kacamata yang mempunyai beberapa fungsi selain untuk membantu penglihatan. Perusahaan harus mampu menyampaikan kepada konsumen bahwa harga sesuai dengan porsi produk yang diberikan.

3. Dari segi Sistem Pembayaran Kredit, berdasarkan tanggapa responden dengan adanya sistem pembayaran kredit sangat membantu masayarakat yang menbutuhkan kacamata untuk melihat dunia, banyak yang merasa bahwa adanya kredit kacamata sesuatu yang tadinya mahal berasa jadi murah, karena konsumen hanya perlu menyisihkan Rp.50.000 – Rp.100.000 setiap bulannya. Namun hal yang perlu di perhatikan oleh perusahaan adalah ketika ada yang membeli Kacamata dengan Sistem Pembayaran Kredit harus mengajukan syarat administrasi yaitu dengan Fotocopy KTP, karena pada saat ini di Optik Berkah ketika ada yang membeli kacamata dengan Sistem Kredit tidak menggunakan syarat administrasi Fotocopy KTP. Hal ini sangat penting karena apabila ada konsumen yang tidak bertanggung jawab maka Perusahaan memepunyai identitas konsumen tersebut dengan jelas.

# 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

- Peneliti selanjutnya dapat memilih perusahaan dengan populasi yang lebih besar dan memperbanyak jumlah responden.
- Peneliti diharapkan untuk menguji variabel lain yang diduga kuat dapat mempengaruhi Keputusan pembelian seperti Kualitas Produk, Harga dan Sistem Pembayaran Kredit atau yang lainnya.
- Untuk penelitian yang akan datang, disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain Kualitas Produk,Harga dan Sistem Pembayaran Kredit yang tentunya dapat mempengaruhi

variabel dependen Keputusan Pembelian agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel – variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi Keputusan Pembelian.

4. Dalam proses pembuatan kuesioner, peneliti sebaiknya melalui proses observasi dan wawancara terlebih dahulu kepada marketing perusahaan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan, setelah itu peneliti baru menyusun kuesioner. Selepas kuesioner tersusun, hendaknya kuesioner dionsultasikan kembali dengan Marketing untuk dinilai apakah kuesioner itu sudah mampu untuk mengatur variabel yang diteliti. Setelah disetujui , baru kuesioner bisa didistribusikan kepada responden untuk diisi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Sintha Wahjusaputri. 2018 Bank dan Lembaga Keuangan edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Arikunto, Suharsimi. 2012. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin. 1999. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Sigma Alpha.
- Basu Swastha. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit
- Chisto FN,Bawelle.2016. "Efek Negatif Penggunaan Gadget Terhadap Kesehatan salah satunya fungsi Penglihatan".eBiomedik, 4(2)
- Harper, B.W. 2000. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global. Jakarta: Erlangga
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Imam, Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Prpgram SPSS*. Cetakan IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indriyo Gitosudarmo, 2014, Manajemen Pemasaran. Yogyakarta, BPFE. Yogyakarta
- Kotler, Amstrong. 2016. Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, 2022, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta: PT. Prehalindo
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller,2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2,Alih Bahasa: Bob Sabran,Erlangga,Jakarta
- Scifman & Kanuk. 2004. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall
- Sekaran, Uma. 2003. Research Methods For Business, a Skill Building Approach. New York: John Wiley and Sons
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono.2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Andi offset